

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Promosi adalah mengomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Bagian promosi dalam pemasaran melibatkan pemberitahuan kepada pelanggan target bahwa produk yang tepat tersedia ditempat dan pada harga yang tepat.¹

Promosi merupakan bagian yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat mengenal akan produk yang ditawarkan oleh pihak yang bersangkutan . pada dasarnya promosi merupakan usaha dalam bidang informasi, himbauan dan komunikasi. Ketiga bidang ini saling berhubungan sebab memberi informasi adalah himbauan dan sebaliknya seorang yang dihimbau juga diberikan informasi, himbauan dan informasi akan menjadi efektif dengan dikomunikasikannya pada penerima.²

Tjiptono mengemukakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran untuk memberikan informasi mengenai adanya suatu produk. Menurut Buchari Alma promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan

¹Joseph P.Cannon, William D. Perreault,dkk.*Pemasaran Dasar*.(Jakarta:Salemba Empat, 2008), hlm.69

²William J. Stanton.*Prinsip Pemasaran*. (Jakarta:Erlangga,1996),h.138

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dapat disimpulkan bahwa promosi adalah komunikasi informasi yang dibuat untuk memberitahu, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan, sehingga dapat mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.³

Oleh karena itu, manajemen pemasaran yang baik perlu dilakukan oleh setiap perusahaan, mengingat pemasaran merupakan hal utama yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Untuk tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan, maka perusahaan tidak hanya sekedar mengembangkan program yang baik tetapi juga perlu memiliki kemampuan berkomunikasi dengan masyarakat umum, donatur, mitra dan pihak - pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Informasi itu sangat penting dalam pemasaran, agar setiap pihak yang berkepentingan mengerti maksud dari usaha atau produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, dalam penyampaian informasi tersebut diperlukan adanya suatu kegiatan komunikasi yang efektif atau biasa disebut dengan kegiatan promosi.

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Promosi berhubungan erat dengan komunikasi. Sebagai contoh ketika Lembaga Amil Zakat (LAZ) A

³ Tulandi Riry Anggia, *Jurnal Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post*, (21 November 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

berencana membuat suatu program kegiatan pemberdayaan masyarakat baru dan berpindah lokasi penjualan maka organisasi nirlaba harus menginformasikan kepada donatur aktual dan potensial mengenai keunggulan program kegiatan tersebut, berapa lama atau periode program tersebut dilaksanakan dan lokasi dimana program tersebut dilaksanakan. Para pemasar mengkomunikasikan informasi tentang organisasi dan program-programnya melalui kegiatan promosi.

Agar promosi yang dilakukan memberikan hasil yang maksimal perlu adanya bauran promosi, yaitu kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi lain yang semuanya direncanakan untuk mencapai program penjualan. Para pemasar harus mempertimbangkan alat promosi mana yang akan digunakan dan bagaimana mengkombinasikan berbagai alat promosi menjadi strategi promosi yang tepat dan terpadu sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran. Pada umumnya setiap perusahaan menggunakan alat promosi yang berbeda-beda, tergantung dengan karakteristik produk barang atau jasa dan situasi pasar persaingan yang dihadapi perusahaan. Namun pada dasarnya tujuan utama yang ingin dicapai adalah sama, yaitu untuk memberikan informasi mengenai perusahaan dan produknya serta mempengaruhi konsumen agar tertarik untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.⁴

Walaupun promosi bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur, tetapi cukup andil dalam mempengaruhi

⁴ Syahril Ali Dziki, *Jurnal Promotion Mix Terhadap Keputusan Menjadi Donatur di Dompot Duafa Jawa Timur*, (21 November 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pencapaian target yang diinginkan. Untuk itu promosi harus dilaksanakan dengan cara serta media yang tepat, dan sesuai sehingga promosi menjadi efektif dan diharapkan dapat mencapai sasaran dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi donatur.

Loyalitas adalah sebagai pengabdian atau senang memberi dan menerima kepada seseorang, kelompok atau masyarakat yang menyebabkan adanya hubungan timbal balik yang harmonis. Orang yang setia akan selalu saling memenuhi harapan-harapan kedua belah pihak. Demikian pula antara perusahaan dengan konsumen harus ada loyalitas tanpa adanya loyalitas manusia tidak mungkin bisa berjalan tegak.⁵

Loyalitas secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas produk, baik barang maupun jasa tertentu yang merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen perusahaan tersebut. Loyalitas merupakan salah satu sifat kesetiaan konsumen. Kesetiaan tersebut terwujud karena adanya kenyamanan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa tertentu.⁶

Adapun loyalitas dalam penelitian ini adalah implementasi donatur terhadap strategi pemasaran yang diberikan oleh IZI.

Donatur adalah menurut KBBI (kamus Besar Bahasa Indonesia) donatur adalah *:nomina* (kata benda) orang secara tetap memberikan berupa uang kepada perkumppulan dan sebagainya (penyumbang tetap, penderma tetap).

⁵<http://Jalius12.Wordpress.Com/2012/08/02/Loyalitas-Sosial/>, pdf Jalius Hr *Loyalitas Sosial*, di unduh pada tanggal 14 november 2017

⁶ Khusnul Mubarak, Jurnal Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Donatur Dompot Dhuafa, (21 November 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Donatur adalah seseorang yang memberikan sumbangan kepada pihak lain.⁷ Donatur dapat diartikan sebagai sekumpulan masyarakat yang mau dan mampu menyumbangkan dana atau uangnya kepada pihak lain. Adapun yang dimaksud dengan donatur dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah memberikan sumabangannya untuk zakat, infaq, sodaqoh, dalam jangka waktu yang panjang.

Islam merupakan agama dengan ajaran yang membenteng dua bentuk hubungan yang harmonis, yaitu tata hubungan antara manusia dengan allah SWT (hablum minallah) dalam hal ibadah, dan tata hubungan yang mengatur antara manusia dengan manusia (hablum minannas) dalam wujud muamalah. Muamalah merupakan kegiatan manusia yang berperan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam hal ini terdapat dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 159 :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahhmat dari allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karna itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada allah. Sesungguhnya allah menyukai orang – orang yang bertawakal kepadanya. (QS.Ali Imran : 159)

⁷Poerwadaarminta, *kamusbesarbahasa indonesia*, (jakarta : Lentera Antarnusa, 1996), hlm.334.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jika mukmin bersikap keras, tidak *care* terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga tidak tercapai target. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan aturan yang wajib bagi mukmin.⁸

Pada kenyataannya tidak semua orang mampu ber muamalat dengan baik karna faktor tertentu, maka dari itu untuk menjamin keselamatan, kemakmuran dan kesejahteraan hidup umat, islam mengatur muamalah tersebut dalam sebuah sistem ekonomi yang berlandaskan kepada Al-Qur'an , yang menekankan kepada nilai-nilai keadilan dan keseimbangan Allah berfirman dalam QS Al-ma'un ayat 1-3.⁹

أَرَأَيْتَ الَّذِي يُكَذِّبُ بِالدِّينِ ﴿١﴾ فَذَلِكَ الَّذِي يَدْعُ الْيَتِيمَ ﴿٢﴾ وَلَا تَخُضُّ عَلَىٰ طَعَامِ الْمِسْكِينِ ﴿٣﴾

Artinya: *Tahukah kamu (orang) yang mendustakan agama? Itulah orang yang menghardik anak yatim, dan tidak menganjurkan memberi makan orang miskin.*

Ayat di atas dapat di pahami bahwa kita sebagai umat islam sangat dianjurkan untuk membagi harta kita kepada kaum Dhuafa (kaum yang lemah). Salah satu bentuk dari perhatian umat muslim terhadap kaum Dhuafa adalah berdirinya lembaga-lembaga kemanusiaan yang berfungsi menyalurkan ziswaf (zakat, infaq, sedekah dan waqaf) dari orang – orang yang

⁸ Muhammad, Metodologi penelitian pemikiran ekonomi islam, (Yogyakarta : Ekonosia, 2004), edisi pertama, cet.ke-2, h.90.

⁹ Al-Qur'an, 107:1-3. Semua terjemahan ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari At-Tanzil, Al-Qur'an dan terjemahannya , (Bandung: Sinar Baru , 2005), hlm.1364

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai harta lebih kepada *mustahik* (orang-orang yang berhak menerima zakat).

Bagi organisasi nirlaba seperti Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Badan Amil Zakat (BAZ), donatur merupakan salah satu unsur yang paling penting karena bagaimanapun organisasi nirlaba sangat menggantungkan hidupnya pada dana pihak ketiga baik itu donatur, sponsor ataupun yang lainnya, oleh karena itu organisasi nirlaba dituntut untuk mampu mengumpulkan dana secara efektif dan efisien demi kelangsungan hidupnya.

IZI dilahirkan oleh sebuah lembaga sosial yang sebelumnya telah dikenal cukup luas dan memiliki reputasi yang baik selama lebih dari 16 tahun dalam memelopori era baru gerakan filantropi Islam modern di Indonesia yaitu Yayasan Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU). Dengan berbagai konsideran dan kajian mendalam, IZI dipisahkan (*spin-off*) dari organisasi induknya yang semulanya berbentuk unit pengelola zakat setingkat departemen menjadi sebuah entitas baru yang mandiri berbentuk yayasan tepat pada Hari Pahlawan, 10 November 2014.

Alasan paling penting mengapa IZI dilahirkan adalah adanya tekad yang kuat untuk membangun lembaga pengelola zakat yang otentik Dengan focus dalam pengelolaan zakat serta donasi keagamaan lainnya diharapkan IZI dapat lebih sungguh-sungguh mendorong potensi besar zakat menjadi kekuatan real dan pilar kokoh penopang kemuliaan dan kesejahteraan ummat melalui *positioning* lembaga yang jelas, pelayanan yang prima, efektifitas program yang tinggi, proses bisnis yang efisien dan modern, serta 100% *shariah compliance* sesuai sasaran *ashnaf* dan *maqashid* (tujuan) syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tekad tersebut menemukan momentumnya dengan terbitnya regulasi baru pengelolaan zakat di tanah air melalui Undang-Undang Pengelolaan Zakat No 23 tahun 2011. Dengan merujuk kepada undang-undang tersebut dan peraturan pemerintah turunannya, Yayasan IZI kemudian menempuh proses yang harus dilalui dan melengkapi seluruh persyaratan yang telah ditetapkan untuk memperoleh izin operasional sebagai lembaga amal zakat. *Alhamdulillah*, setelah melalui proses yang panjang dan berliku, kira-kira 13 bulan setelah kelahirannya sebagai yayasan, padatanggal 30 Desember 2015, Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) secara resmi memperoleh izin operasional sebagai Lembaga Amil Zakat skala nasional melalui surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia no. 423 tahun 2015. Tanggal tersebut menjadi momentum penting lainnya yang menandakan lahirnya Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) IZI, sebagai penerus visi dan misi pengelolaan zakat yang telah dirintis oleh PKPU sebelumnya selama lebih dari 2 windu.¹⁰

Salah satu lembaga zakat yang ada di kota pekanbaru adalah Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) yang telah memiliki pasar tersendiri yaitu, para wajib zakat, dan mempertahankan loyalitas mereka. Lebih dari itu IZI Pekanbaru bertanggung jawab untuk menumbuhkan kesadaran para wajib zakat agar membayar zakat mereka. Hal ini dipandang sangat penting untuk kontinuitas dan upaya pemberdayaan masyarakat yang mereka lakukan. Untuk itu perlu bagi Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru membangun sebuah strategi pemasaran untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut dengan baik.

¹⁰Profil IZI dikutip melalui <https://izi.or.id/sejarah/25/11/2017/20:00>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun beberapa program strategi promosi yang diterapkan Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru antara lain:

a. Layanan antar jemput donasi

Pada strategi promosi seperti ini, pihak dari Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) datang langsung kepada pihak donatur agar memudahkan para donatur yang ingin menyumbangkan sebagian uangnya.

b. Telfon dan SMS Center

Pihak dari Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) memberikan informasi kepada donatur program-program yang sedang mereka kerjakan, dan mereka juga memberikan informasi mengenai berapa jumlah donasi yang telah terkumpul.

c. Social Media

Pada zaman yang serba canggih seperti sekarang ini, banyak perusahaan yang memanfaatkan Social Media untuk meningkatkan penjualan mereka. Inisiatif Zakat Indonesia juga memanfaatkan kecanggihan teknologi seperti Social Media untuk menarik hati para donatur yang ingin menyumbangkan sebagian uangnya dengan program-program yang telah mereka lakukan.¹¹

Jumlah donatur tetap dan biasa di lembaga zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru

Periode	Donatur Biasa	Donatur Tetap	Persentase
2016	1986	397	56%
2017	1557	311	46%

Sumber: Data olahan Inisiatif Zakat Indonesia (IZI)

¹¹ Wawancara karyawan Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Jl. Paus Villa Permata Paus. Blok no.2 kota Pekanbaru, pada tanggal 15 November 2017.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel berikut, dapat disimpulkan bahwa pada lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru lebih banyak jumlah donatur biasanya daripada jumlah donatur tetap dan terjadi penurunan persentase donatur tetap dari tahun 2016 sampai 2017.

Dari paparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti dalam bentuk skripsi dengan judul: **“PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP LOYALITAS DONATUR TETAP DI INISIATIF ZAKAT INDONESIA (IZI) PEKANBARU”**.

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih mudah dipahami maka penulis membatasi tulisan ini tentang pengaruh strategi promosi terhadap loyalitas donatur tetap Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara promosi dan loyalitas donatur tetap di Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru ?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi islam mengenai strategi promosi terhadap loyalitas donatur tetap di Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh strategi promosi pada lembaga zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam mengenai strategi promosi terhadap loyalitas donatur tetap di Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) kota Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menambah pengetahuan, keterampilan dan cakrawala berfikir penulis.
- b. Bagi lembaga zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI), hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai mengetahui strategi promosi terhadap minat donatur tetap tetap Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) kota Pekanbaru menurut persepsi publik.
- c. Digunakan sebagai pengajuan syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Lembaga Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Kota Pekanbaru, Jalan Paus Villa Permata Paus.Blok No.2 Kota Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah donatur tetap dan pengurus Lembaga Zakat IZI Pekanbaru. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh Strategi promosi Terhadap Loyalitas Donatur tetap pada Lembaga Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Definisi Variabel

Definisi variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tersebut. Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut :

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Strategi Promosi(X)	Startegi promosi berarti sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan cirri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya member kontribusi pada kinerja laba jangka panjang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Publitas 4. tempat
loyalitas (Y)	sebagai pengabdian atau senang memberi dan menerima kepada seseorang, kelompok atau masyarakat yang menyebabkan adanya hubungan timbal balik yang harmonis. Orang yang setia akan selalu saling memenuhi harapan-harapan kedua belah pihak. Demikian pula antara perusahaan dengan konsumen harus ada loyalitas tanpa adanya loyalitas manusia tidak mungkin bisa berjalan tegak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian ulang secara teratur 2. Melakukan pembelian antar lini produk jasa 3. Mereferensikan kepada orang lain 4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Skala Pengukuran

Skala likert yang mempunyai lima tingkatan dengan menggunakan dua instrumen Mendapatkan data-data yang berkaitan dengan tabungan cerdas dan minat menabung siswa digunakan instrumen berupa kuesioner dengan pengukuran menggunakan produk tabungan cerdas dan minat menabung siswa yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan atau parameter yang akan diukur.¹²

Sangat Setuju(SS)	= Skor 5
Setuju(S)	= Skor 4
Netral (N)	= Skor 3
Tidak Setuju (TS)	=Skor 2
Sangat Tidak Setuju(STS)	=Skor 1

5. Populasi dan Sampel

- a. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹³

Populasi dalam penelitian ini adalah donatur tetap Lembaga Zakat IZI Pekanbaru yaitu 311 orang.

- b. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹⁴

Berasarkan populasi diatas, maka peneliti mengambil sebanyak 10% dari populasi donator tetap yang berjumlah 311 dari keseluruhan

¹²Kamaruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Pekanbaru, SUSKA PRESS, 2012), h. 80

¹³ Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 149

¹⁴ *Ibid.* 149

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jumlah para donator. Adapun metode yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan *random sampling* (pengambilan sampel secara acak), jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 orang donator tetap.

6. Sumber Data

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari donator tetap dan pengurus Insiatif Zakat Indonesia (IZI) pekanbaru.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, majalah, dan data-data atau sesuatu yang dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

7. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data ialah sebagai berikut:

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan di lokasi penelitian agar mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek dan objek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung turun kelapangan, sehingga penulis dapat mengamati serta bertanya langsung bagaimana aspek yang terjadi di lapangan.

b. Angket

Angket, merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian diisi oleh responden (muzakki).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setelah diisi, angket akan dikembalikan kepada petugas atau peneliti. Jumlah angket yang disebarkan sesuai dengan sampel yang dibutuhkan.

c. Wawancara

Wawancara, yaitu proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.¹⁵

d. Dokumen

Penulis mendapatkan data-data dari dokumen dan arsi-arsip Lembaga Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

8. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode data yang telah diperoleh, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian diinterpretasi sehingga diperoleh gambaran tentang masalah yang dihadapi dan untuk menjelaskan hasil perhitungan. Data diperoleh dari data primer berupa angket yang telah diisi oleh sejumlah responden penelitian.

¹⁵ Narbuko, Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.70

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Distribusi Jawaban Kuesioner

Hasil dari data kuantitatif yang diperoleh dari angket yang telah diisi oleh responden, menyangkut semua variabel yang diteliti, baik berupa distribusi frekuensi maupun persentase distribusi frekuensi.

c. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.¹⁶ Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien r hitung $>$ r tabel. Adapun rumus yang dipakai yaitu korelasi pearson produk moment.¹⁷

$$r_{xy} = \frac{N \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{N \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{N \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

x = Deviasi rata-rata variabel X

y = Deviasi rata-rata variabel Y

2) Uji Reliabilitas

Analisis Reabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan suatu pengukuran sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas

¹⁶Sugiyono. *Op.Cit*, h. 430

¹⁷ Iqbal Hasan, *Pokok- Pokok Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), h.33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument¹⁸. Selain itu, analisis ini digunakan untuk mengukur validitas item butir pertanyaan dengan teknik *Corrected Item Total Correlation*, yaitu mengorelasikan antara skor item dengan total item, kemudian melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi.¹⁹

Output dari analisis reliabilitas dengan teknik Cronbach Alpha. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.²⁰ Dalam hal ini peneliti menggunakan rumus reabilitas dengan metode alpha yakni :

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S^2}{S^2} \right]$$

Keterangan :

K : Jumlah item

$\sum S^2$: Jumlah varian skor total

S^2 : Varians responden untuk item

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisis statistik, maka kenormalan data harus diuji terlebih dahulu, pengujian normalitas data digunakan untuk

¹⁸Suryani dan Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif:Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 134

¹⁹Duwi Priyatno, *Cara Kilat Analisis Data Dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h. 177

²⁰*Ibid.*, h. 187

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menguji apakah data continue berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reabilitas, korelasi dan regresi dapat dilaksanakan.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresi. Dimana variabel independen (X) adalah harga sedangkan variabel dependen (Y) adalah permintaan.

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Loyalitas donator

a = Konstan

b = Koefisien arah regresi linear

X = Strategi Promosi

ε = Error Term

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5% jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Koefisien Korelasi Sederhana

Uji korelasi sederhana untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Pedoman untuk mengetahui interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :²¹

Tabel 1.1
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,00 - 0,20	Sangat lemah
2	0,20 - 0,40	Lemah atau rendah
3	0,40 - 0,70	Sedang atau cukup
4	0,70 - 0,90	Kuat atau tinggi
5	0,90 – 1,00	Sangat kuat atau sangat tinggi

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y digunakan uji koefisien determinasi (R^2). Nilai R ini mempunyai range antara 0 sampai $\leq (0 \leq R^2 \leq 1)$. Semakin besar nilai R^2 (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin mendekati nol

²¹ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007) hlm. 193

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maka variabel keseluruhan tidak bias menjelaskan variabel terikat. Analisis R^2 (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependent.

Untuk mengetahui besarnya persentase variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y), dilakukan analisa koefisien determinasi dengan formulasi sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan computer melalui program SPSS versi 20.0

a. Rumusan Hipotesa

Hipotesis adalah dugaan sementara yang mungkin benar atau mungkin salah, yang akan diterima kalau fakta-fakta membenarkannya dan akan ditolak kalau salah atau palsu. Hipotesis merupakan jawaban dari suatu penelitian yang harus diuji kebenarannya dengan jalan riset.²² Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

²²KartiniKartono,*PengantarMetodologi Riset Sosiasl*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) H0: Tidak terdapat pengaruh strategi promosi terhadap loyalitas donator tetap di Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru.
- 2) H1: Terdapat pengaruh strategi promosi terhadap loyalitas donator tetap di Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru

b. Kerangka Pikir

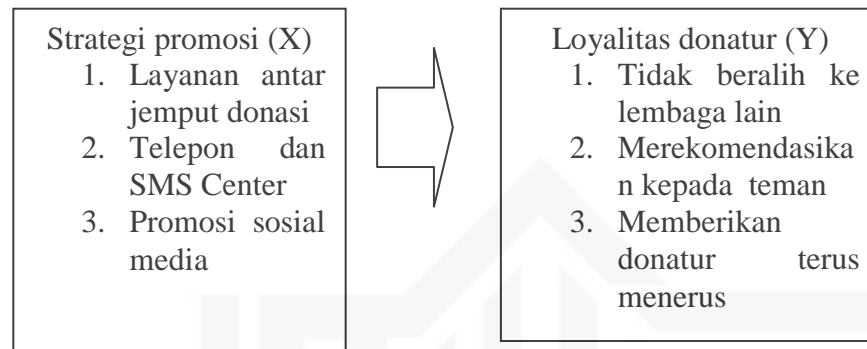
Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) pekanbaru salah satu lembaga kemanusiaan yang bergerak dibidang jasa yaitu penyaluran ziswaf (zakat, sedekah, infaq, dan waqaf) ke orang-orang yang membutuhkan dana tersebut. Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) pekabaru mempunyai strategi pemasaran yaitu jemput zakat dengan minimal Rp 50.000 (lima puluh rupiah). Mengiklankan lewat internet dengan membuka blog khusus yang disitu para donatur bisa login dan mengirimkan sumbangannya lewat login tersebut, dan juga lewat rekening bank, jadi donatur bisa langsung mengirim bantuannya lewat rekening yang telah disediakan oleh lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) tersebut. Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) juga melakukan promosi-promosi lewat media sosial, internet, dan sebagainya.²³

²³ Wawancara karyawan Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Jl. Paus Villa Permata Paus. Blok no.2 kota Pekanbaru, pada tanggal 15 November 2017.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.1
Hubungan Strategi Promosi dan Loyalitas



Variabel X (Strategi Promosi) adalah variabel yang mempengaruhi variabel Y (loyalitas)

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulis dalam pembahasan, maka penulisan penelitian ini dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai: Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Merupakan gambaran umum Lembaga Zakat Inisiatif Zakat Indoensia (IZI) Kota Pekanbaru, yang terdiri dari Sejarah Berdirinya IZI, Filosofi Perusahaan, Tujuan Inisiatif Zakat Indoensia (IZI), Fungsi dan Tugas Inisiatif Zakat Indoensia (IZI) Pekanbaru, Struktur Organisasi, Program-program yang ada di Inisiatif Zakat Indoensia (IZI) Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini merupakan uraian dari segi teori, dari penelitian ini berkenaan dengan: Strategi Promosi Terhadap Loyalitas Donatur Inisiatif Zakat Indoensia (IZI) Pekanbaru

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Apakah ada pengaruh yang Signifikan antara promosi dan loyalitas donatur tetap di Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru, Bagaimana tinjauan ekonomi Islam mengenai strategi promosi terhadap loyalitas donatur tetap di Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Pekanbaru.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup, dimana di dalam bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.